İki "Play"ler Erkekçe ve Bravo'ya karşı

Babıâli iyice açılıp saçılıyor

TUĞRUL ERYILMAZ

Erkekçe dergisi Genel Yayın Yönetmeni Hıncal Uluç, son derece "Playboy"vari giysileri içinde, arada ünlü kahkahalarını savurarak, anlatıyordu: "Ne **Playboy** ne de **Playmen** benim okurumu hiç mi hiç etkilemez. Aynı şey **Bravo** için de geçerli." Uluç, **Playboy**'dan Ali Saydam ve **Bravo**'nun Yazıişleri Müdürü Lütfü Tınç'la konuşuyorduk. **Playmen**'in Mehmet Yılmaz'ı ise işi çıktığından gelememişti. Konu piyasanın bu kadar "çıplak" dergiyi yaşatacak güçte olup olmadığıydı. Söze bu türün

en çok satan ilk dergisini çıkaran Hıncal Uluç girmişti. "Ben", diyordu "1980 başlarında **Erkekçe**'yi çıkarmak üzere kolları sıvadığımda Bâbıâli'nin deneyimlileri 10 binden fazla satamazsın, boşuna uğraşma demişlerdi." Ama 60 bin satışla yayın hayatına giren **Erkekçe**, bir yıl içinde 149 binlere fırlayıvermişti. **Erkekçe**'ye daha sonra **Bravo** eklenmiş ve iki dergi kardeş kardeş 250 binlik bir pazarı aralarında paylaşıvermişlerdi. Ama Aralık başından itibaren işler değişecekti. **Erkekçe** ve **Bravo**'nun yanına **Playboy** ve **Playmen** de geliyordu. Eskilerin işi bayağı zor görünüyordu. Ya da bize dışardan öyle geliyordu. Çünkü gerek Uluç, gerek Saydam, gerekse Tınç, bu baklava tepsisinden, iyi çıkarsa, daha bir dolu derginin pay alabileceğini söylüyorlardı. Pek de haksız sayılmazlardı. **Playboy** ya da **Penthouse** vardı, ama bu, **Lui** ya da **Playmen** ve başka irili ufaklı yüzlerce derginin yaşamasına engel olmamıştı.

Tınç'a göre bu dergilerin hepsini aynı kefeye koymak da pek doğru değildi. Hepsi aynı kanaldan yayın yapıyorlardı ama, önemli ayrılıkları da vardı. Örneğin **Erkekçe**, sıkı bir şekilde habere de ağırlık veriyordu. **Playmen** daha çok bir Akdeniz havası taşırken, **Playboy** tamamen Anglo-Sakson ağırlığa sahip bir dergi olacaktı. Eh bunların da ayrı ayrı meraklısı vardı. Önemli bölüm bir okur kendini "Ben **Bravo** hastasıyım" ya da "Ben **Erkekçe** hastasıyım" diye tanımlıyordu. Hıncal Uluç, **Erkekçe**'nin yaptığı bir ankette okurlarının yüzde 70'inin **Bravo** da okuduğunun ortaya çıktığını söylüyordu. Buradan çıkarak **Bravo** okurlarının tümünün **Erkekçe**'yi de okuduğunu söylemek pekâlâ mümkündü.

Ama galiba **Playboy** bunların hepsinden iyice farklı olacaktı. Bir kere **Erkekçe** ve **Bravo**'nun 600, **Playmen**'in 750 lirasına karşılık **Playboy** 1500 liraya satılacak. **Playboy** dünyanın en eski "erkek" dergisiydi. 33 yıldır yayımlanıyordu. Türkiye **Playboy**'un yayımlandığı 13. ülke oluyordu. Dünya üzerinde tam 120 tane taklidi olduğu söyleniyordu. Ali Saydam, **Playboy**'u çıkarmaya karar verirken, "kime, ne kadar satarız" sorusunu hiç düşünmediklerini anlatıyordu. Onlar için önemli olan hitap edecekleri gelir düzeyi yüksek, iyi eğitim görmüş kentli "professional"a ulaşıp ulaşamayacaklarıydı. Bu kesim Türkiye'de son yıllarda hızla gelişiyordu. Dışa açılma sonucu reklam bakımından da son derece avantajlı bir duruma gelinmişti ve bütün bunlar **Playboy**'un Türkiye'de başarılı olma şansını artıran göstergelerdi. Ama yine de ilk sayı bir deneme sayısı gibi olacak ve eğer Chicago "Tamam, siz bu işi becerdiniz" derse üç ay sonra Türkiye **Playboy**'u yayın hayatımıza kalıcı olarak girecekti.

Erkekçe, Bravo, Playmen ve çok yakında Playboy. Kim demiş seçme hakkımız yok diye?

Peki o zaman **Playboy, Erkekçe** ve **Bravo**'nun ulaşamadığı hali vakti daha iyi okurların oluşturduğu bir pazar mı yaratacaktı? Lütfü Tınç buna "hem evet, hem hayır" yanıtını veriyordu. Çünkü her derginin belli bir çekirdek okuru vardı. Bunların yalnız biraz azalıp çoğalması sözkonusuydu. Kaliteli bir şey sunulduğu zaman bunun her zaman bir okuru olacaktı. Sağdan, soldan ve resmi görüşten gelen baskılar altında olanlar, özellikle gençler, artık hoşluklara ihtiyaç duyuyordu. Bu yüzden de politika gibi çok meraklı olup da beceremediğimiz cinsellik üzerine sunulan her güzel şey mutlaka pazarda talebini de bulacaktı.

Ali Saydam ise **Playboy**'un "biraz daha snob" olanlara gideceğini kabul ediyordu. **Playboy** bir yaşam biçimiydi. İyi içki, iyi yemek ve güzel kadını sevenler içindi. Üstelik içindeki yazılarla bu insanların kafalarına da hitabediyordu. Ama bu da, baştaki "İki İ ve bir G"yi, tamamlar biçimde oluyordu. Örneğin **Playboy**'un ilk sayısında yayımlanacak bir öykü geçen yıl Amerika'nın En İyi Kısa Öykü Yarışması'nda birinci olmuştu. Hem de **New Yorker**'ı falan geride bırakarak...

Lütfü Tınç, Ali Saydam ve Hıncal Uluç: "Bu tür dergilerin paylaşacağı pazar tükenmez."

Bir sorun da sansürdü. Amerika ve Batı'daki sansürle Türkiye'deki sansür mekanizmaları çok farklıydı. Türkiye'de bu dergilere cinsel organ ya da cinsel birleşme halinde fotoğraf basılması yasaktı. Bu durumda ne olacaktı? Saydam bunun çok kolayca halledildiğini şöyle anlatıyordu: "Bize önceden, basılacak materyalin siyah beyazını gönderecekler. Eğer Türkiye'deki yasalara uygun olmayan bir durum varsa hemen bildirip, yeni materyal isteyeceğiz. Bir **Playmate** fotoğrafı için üç bin kare fotoğraf çekiyor adamlar. Bu yüzden Türkiye için, Brezilya için ya da Japonya için yarımşar iş günü ayırıp, bu ülkelerde yayımlanabilecek pozlar göndermeleri (aynı modelin) işten bile değil." Hıncal Uluç burada yine ünlü kahkahalarından birini atarak "Vallaha izin verilsin, adamlar Suudi Arabistan için bile **Playboy** çıkarırlar" diye Saydam'ı destekliyordu.

"Okur değil alıcı kaybettik, ama bu da şu ya da bu yeni derginin piyasaya çıkmasından olmadı." Hıncal Uluç, orta sınıfın alım gücünün hızla düşmesi sonucu sırf çıplak kadın görmek için **Erkekçe**'yi alanların, **Tan** ve benzeri gazeteleri satın almakla yetinmeye başladıkları saptamasını yapıyordu. Artık **Erkekçe**'yi alanlar gerçekten okumak için alıyorlardı. Bu yüzden de iyi bir şey çıkarıldığı sürece bir tehlike yoktu. Yani, **Erkekçe** ve **Bravo** artık kendilerini kanıtlamış dergilerdi. **Playmen** ve **Playboy**'un ne olacaklarına okur karar verecekti. Lütfü Tınç'ın söylediği "Kahraman Bravo, Playboy'a karşı" tekerlemesi, Uluç'a göre tersine çevrilmeliydi. Asıl **Playboy**'cuların işi çok zordu. Okurun **Playboy** konusundaki beklentisi çok yüksekti. Amerika'dan paket olarak gelecek olan bölüm konusunda kimsenin fazla bir kuşkusu olamazdı. Ama Türkiye yerelini yansıtacak olan yüzde 50'lik yerli bölüm "hayatî önemi haiz"di. Eğer okur **Playboy**'u beğenmezse, bu Türkiye'deki ekibin "işi beceremediği" anlamına gelecekti. İşin daha da zor yanını Uluç şöyle toparlıyordu: "Ben 1957'den beri gazetecilikle uğraşıyorum, ama şimdiye dek çıkardığım yayınların ilk sayısı, istisnasız en kötü sayılar olmuştur." Ali Saydam, Uluç'un bu "moral takviyesi"ne teşekkür ettikten sonra **Playboy**'un 50 ile 150 bin arasında bir yere oturacağını vurguluyordu. **Playboy**'un sunduğu yaşam biçimini Türkiye'de yaşayıp da bir dergiye sahip olmayanların, ayaklarına gelen bu fırsatı kaçırmayacakları, Saydam'a göre "kesin gibi"ydi. Zaten bunların birçoğu hali hazırda sıkı birer **Playboy** okuyucusuydu. □

Şerif Gören 11 yılda 38. filmini tamamlamak üzere

'Bir anlamda ahlâkçıyım'

Yönetmenliğe 1974 yılında **Yılmaz Güney**'in yarım bıraktığı **Endişe** filmini tamamlayarak geçen **Şerif Gören**, şu sıralarda 38'inci filmi **Yılanların Öcü**'nü tamamladı.

— Hakkınızda çeşitli tanımlamalar var. Bunlardan biri de, ilk filminizle doğurduğunuz umutları gerçekleştirmediğiniz, piyasa ile en çok uyum sağlayan bir "iş filmleri yönetmeni" olduğunuz doğrultusunda. Siz kendinizi nasıl tanımlarsınız?

— Kendimi tanımlamam zor. Tabiî ki ilk dönemlerde yönetmenlik savaşı verdim. Piyasada, iş arayan değil de, iş verilen yönetmen olmak için, ticari olayı bir yana itmek söz konusu değil. Ayrıca iyi film, halka ulaşan film, iş yapan filmdir. Yani, iyi film ama çalışmıyor lafına katılmıyorum ben. İyi filmse, çalışır. Şimdi, iyi roman ama satmıyor, iyi müzik ama dinlenmiyor, iyi gazete ama okunmuyor, iyi film ama seyredilmiyor, böyle şey olmaz. Bence sinema ticari bir olaydır. Üretilen, bir sanat ürünü olmasına rağmen, metadır. Bir prodüktörü var, para kazanacak. Kazanamazsa batacak.

— Oldukça "velût" bir yönetmensiniz. Filmlerinizin hepsi sizi tatmin ediyor mu?

— Dünya standartları ile Türkiye'deki standartlar farklı. Mesela ben on bir yıldır yönetmenlik yapıyorum, 38'inci filmimi (Yılanların Öcü) çektim. Şimdi, 70 yaşındaki yabancı bir yönetmeni alsan, sana 25 filmden fazlasını sayamaz. Ortalama yılda üç-dört filme geliyor. Bu az değil. Bu durumda, elbette ki inişler çıkışlar, en iyi filmimle en kötü filmim arasında farklar olacak. Tabiî, her filmim bir öncekinden daha iyi olsun isterim ama, bu mümkün değil. Birisi daha iyi, birisi daha kötü oluyor. Yılda bu kadar film çekmek, ki bu ekonomik bir zorunluluktur, benim için hoş bir şey değil, çok memnun olduğum bir şey değil. Ama bunu çekmek zorundayım. Çekmesem ne yapabilirim? Yılda bir tane film çekip, 50 tane de reklâm filmi çekerim. Reklâmı sevmiyorum, reklâm filmi çekmeyi sevmiyorum.

— Filmlerinizde şiddetin önemli bir yeri var. Bunun "anarşist bir ruh"tan kaynaklandığı bile öne sürülmekte. Ne dersiniz?

— Benim filmlerim şiddetle ilgilidir, ama genel olarak baktığınız zaman, şiddete dayalı intikam filmleri değildir, bir Rambo değildir. Benim filmlerimde kimse ölmez. Şiddet doğanın şiddetidir, benim karakterimle ilgili bir şiddet vardır. Anarşist ruhla falan hiç ilgisi yok, bunu söyleyenler bütün filmlerimi seyretseler, herhalde böyle demezler. Doğanın şiddetidir, insanın şiddetidir, yani hayatın kendisidir. Sokakta dolaşırken yüzlerce şey görüyoruz. Bir kapıcı diyelim, bir yere girmek istersin, seni sokmaz. Bayağı şiddettir bu, yani yasaktır. Bir karı-kocanın sokakta bile kavga ettiğini her zaman görebilirsin. Hayatın günlük şiddeti bu, yahut da gerilimi diyelim, bunu genelleştiriyorum.

— Bir süredir kadın ağırlıklı filmler çekiyorsunuz. Türk sinemasında ise kadının merkezî bir yer işgal ettiği pek söylenemez. Bu yaklaşımınız, "feminist bir yönetmen" olduğunuz yolunda esprilere bile yol açıyor. Niçin kadınlara eğiliyorsunuz?

— Bir yönetmen neyi anlatmak ister? Kimi etkilemek ister, ya da filme yüklediği görev nedir? Meselâ **Gizli Duygular**'ı ele alalım. Burada izlenen bir kızcağız vardır, kendine has davranışları olan bir kız. Bazı kimseler bunu kendilerine yakıştırdılar. Demek ki öyleymiş. Anlatmak istediğimiz öyle olduğuna göre, yakıştıracaklardır. Yani özgür kadına gitme yolu... Bunu birkaç filmdir deniyoruz, feministlikle bir ilgisi olduğunu da zannetmiyorum, çünkü bu başka bir olay. Hele Türkiye'de şu anda çok daha farklı algılanıyor, oldukça etkili. Şimdi çevremizde, hatta basında, sanat çevresinde bu akım biraz daha gelişmeye başladı. Bunun herkes üzerinde etkisi muhakkak söz konusu. Böyle bir şeyi anlatmak ihtiyacı duyarız, işte yaşanan bir şey. Yeni de değil, herhalde Türkiye'de bir yirmi senesi var gelişmeye başlamasının. Sadece benimle de ilgili değil. İşte **Fahriye Abla**, işte **Bir Yudum Sevgi**, işte **Dul Bir Kadın, Dağınık Yatak**. Bunlar da kadına dayalı filmler. Bu bir seçme meselesi, demek o anda öyle bir şey hissetmişiz ki, öyle bir şey yapmışız.

Gören— "İyi film, iş yapan filmdir."

— Peki, kadın konusuna sağlıklı baktığınızı söyleyebilir misiniz?

— Çok sağlıklı baktığımı söyleyemem elbette. Kadın olmadığıma göre. Bu tür filmleri en iyi kadınlar çeker. Kendi hayatlarıdır en azından. Ben sadece gördüklerimle ilgilenirim. Yani çok doğru olduğunu iddia etmem mümkün değil. İç dünyasını bilmem mümkün değil, en azından.

— Bu konuda ahlâkçı bir yaklaşımınız olduğu söylenebilir mi?

— Eh, yani, ahlâkçılık nedir? Eskiden bakıldığı gibi değil galiba. Her şey artık çok değişiyor sanıyorum. Gençler artık yıllarca flört edip sonra evleniyorlar. Bazıları bir süre birlikte yaşadıktan sonra evleniyor. Kadınla, kadının namussuzluk kavramıyla ilgili ahlâkçılıktan bahsediyorum şimdi. Yoksa ahlâk her konuda geçerli. Parada, arkadaşlıkta... Ama doğru, bir anlamda ahlâkçı sayılırım.

— Bu yıl Kurbağalar Antalya Film Festivali'nden çekildi. Bu konuda ne diyeceksiniz?

— Antalya Festivali benim için yıllar önce bitmiş bir olaydı. Bundan üç yıl önce, üç filmimle katıldım. Zaten benim üç filmimi çıkartırsan, dördüncü film sadece **Faize Hücum**'du. Geçen yıl da **Firar**'la katıldım. Artık Antalya Festivali bir anlamda film festivali olmaktan çıkıyor, etkisini, kitle üzerindeki itici gücünü yitiriyor. Yani sinema için bir potansiyel yaratmıyor. Orada kazanan filme, verilen maddi ödülün ötesinde büyük bir şey sağlamıyor. Bu, Antalya Festivali'nin gerilemeye başladığının, görevini tam olarak yapamadığının bir göstergesidir. Bir de jürinin oluşumu meselesi var. Şimdi şöyle baktım ben olaya: Önce jürinin tüm isimleriyle ilan edilmesi gerekirdi. Filmler seçildikten sonra değil. Yahut da şöyle olur: Evet, benim bir filmim jüriye gidecektir. Ama bu jüri benim filmimi değerlendirme niteliğine sahip midir? Kariyerleri nedir, nitelikleri nedir, bu filmleri değerlendirebilirler mi? Orada öyle bir jüri söz konusu olursa, demek ki benim filmimi iyi değerlendirme niteliğine sahip olmayacaktır. Bu da hoş bir şey olmaz. Gerçekten, artık işin boyutlarının büyütülmesi gerekir. Bu Antalya için de söz konusu, İstanbul Sinema Günleri için de.

— Yani sırf merak saikiyle mi?

— Tabiî, merak etmediğin bir filme niye gidesin? İnsanlar önce merak eder. Onun için giderler. Çünkü sinemaya girmeden filmin iyiliği belli olmaz. Şöyle bir baktığımız zaman, mesela pazartesi günü film başlar. Pazartesi rakamına bakarsan, en büyük rakamdır o. Hafta boyunca düşer, cumartesi ve pazar tatil olduğu için yükselir. Daha filmin hiçbir eleştirisi çıkmamıştır. Sadece afişi, logosu ve fragmanı vardır ortada. Niye o gün daha çok iş yapar? Ne bileyim, perşembe günü bir eleştiri çıktıktan sonra cuma günü işi niye artmaz? Demek ki seyirci eleştiriyle ilgili değil. Filmin materyali, fragmanı ve kendi merakıyla ilgili bir olay bu. Oradaki üç resimden bir şey algılıyor, fragmandan bir şey algılıyor. Eleştirilerin etkisi az. Bir defa, çok geç kalıyor. Cuma günü çıkınca, son iki güne büyük bir etki yapması söz konusu değil. Eh, Türk filmleriyle ilgili pek hoş şeyler de çıkmadığı için, genellikle yükseltici değil, azaltıcı oluyor zaten. □

SEVİN OKYAY

Lütfü Tınç, Ali Saydam ve Hıncal Uluç: "Bu tür dergilerin paylaşacağı pazar tükenmez."